Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI

3.1. Barli Sasmitawinata

Barli merupakan seniman modern generasi pertama dan juga salah satu pelopor seni modern Indonesia dengan aliran seni realis, impresionsi dan ekspresionis. Dalam buku Titik Sambung (Jim Supangkat, 1996, hlm. 9) mengatakan bahwa Barli merupakan satu-satunya seniman yang berada pada titik sambung dua gugus perkembangan seni rupa di Indonesia yaitu seni lukis masa kolonial dan seni lukis modern Indonesia. Barli memiliki teknik lukis yang kuat terutama dalam garis. Setiap goresannya sangat solid dan membentuk objek, hal tersebut menjadi salah satu kekuatan hasil karyanya dan juga gaya lukisnya (hlm. 7). Barli Sasmitawinata memiliki keinginan untuk membagikan pengetahuan seninya melalui pendidikan. Ia turut mengambil andil dalam mendirikan jurusan seni rupa IKIP Bandung karena beliau percaya akan pentingnya pendidikan seni rupa di masyarakat (bentara budaya.com).

3.1.1. Sejarah Kehidupan Barli Sasmitawinata

Barli sasmitawinata merupakan salah satu maestro lukis yang lahir pada 18 Maret 1921 di Bandung. Pada mulanya ia pertama kali belajar melukis di studio milik Jos Pluimentz yang merupakan seorang pelukis asal Belgia. Ketika itu aliran seni realis masih populer di Indonesia sehingga Barli banyak belajar melukis dengan objek alam maupun benda. Kemudian pendidikan menggambarnya dilanjutkan bersama pelukis asal Italia yaitu Luigi Nobili. Disini ia mempelajari juga teknik

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

menggambar manusia, terutama dengan menggunakan media *charcoal* (arang), ia dilatih untuk mengenal anatomi manusia dan gerak/gestur tubuh manusia. Dengan waktu yang relatif singkat kemampuan melukis dan menggambarnya berkembang dengan pesat, Barli yang kala itu masih berusia belasan tahun sudah diperlakukan seperti pelukis profesional di kalangan masyarakat kolonial Belanda dengan melukis potret untuk kaum pejabat dan keluarga pejabat Belanda. Sejak awal abad 20, meluasnya studi antropologi mendorong pelukis-pelukis Eropa datang ke Hindia Belanda untuk mencari keaslian budaya timur di Bali. Sejumlah pelukis Indonesia pun turut mencari identitas ketimuran tersebut dengan mengunjungi Bali salah satunya Barli yang mendapat bantuan dari Yayasan Paguyuban Pasundan. Di Bali, ia mendapat kesempatan untuk mempelajari lebih dalam mengenal wajah dan bentuk postur orang Indonesia. Namun Barli hanya tinggal 2 tahun di Bali dan harus kembali ke Bandung dikarenakan masuknya Jepang ke Indonesia. Selama 3 tahun masa perang Jepang di Indonesia, kehidupan Barli berpindah-pindah dari kota ke kota di Jawa Barat hingga ia berkenalan dengan Atikah Basari dan menikah pada tahun 1946.

Pada tahun 1950, Barli berangkat ke Eropa untuk melanjutkan pendidikan seninya. Ia mendapat beasiswa dari lembaga kerjasama Kebudayaan Belanda untuk masuk ke *Rijksacademcie Voor Beeldende Kunsten*. Namun untuk memasuki akademi tersebut dibutuhkan ijasah sebagai bukti pernah menjalani pendidikan dasar seni. Oleh sebab itu untuk mendapatkan ijasah ia pergi ke paris memasuki *Academie Grande de la Chaumiere*. Dalam 1 tahun Barli mendapatkan ijasah dan kembali ke Belanda untuk masuk ke akademi yang ingin dituju

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

sebelumnya. Selama 6 tahun belajar di Eropa ia banyak mempelajari anatomi tubuh manusia dan struktur bidang gelap terang pada lukisan. Selama itu pula ia menyadari perlunya keterampilan menggambar, penguasan teknik seni lukis lalu pada tahun 1956 ia kembali pulang ke Bandung. Jim supangkat dalam bukunya *Indonesian Modern Art and Beyond* menyatakan bahwa Barli menjadi salah satu dari 3 seniman generasi pertama selain Basoeki Abdullah dan Lee Man Fong yang menempuh pendidikan seni di Eropa sehingga memiliki level teknik menggambar dan melukis yang tinggi (1996, hlm. 31).

Gambar 3.1. Barli Sasmitawinata
(www.menggambar-unik.com)

Pada masa kependudukan Jepang, Barli bergabung dengan Keimin Bunka Shidoso dan menjadi ketua seni rupa cabang Bandung pada tahun 1943. Bersama pelukis bernama Asmara Hadi, Barli terlibat dalam pembentukan Barisan Propaganda Jawa Barat, ia memimpin sejumlah pelukis membuat poster-poster perjuangan menentang pemerintahan Jepang dan juga Belanda. Barli dan pelukis perang lainnya bertugas dalam membuat poster perjuangan dan juga dokumentasi perang dan kejadian penting lainnya. Dalam usaha perkembangan seni dikalangan

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

seniman pribumi, Sudjojono, Agus Djaja, Hendra Gunawan, Barli Sasmitawinata dan juga Affandi memegang peranan penting sehingga menjadi dasar dari seni modern Indonesia (Supangkat, 1996, hlm.38).

3.1.2. Barli dan Kelompok Lima Bandung

Kelompok Lima Bandung adalah kelompok pelukis muda di Bandung yang terbentuk pada tahun 1935 dengan dasar persaudaraan. Kelompok tersebut beranggotakan Barli, Affandi, Hendra Gunawan, Wahdi dan Sudarso. Bersama dengan 4 anggota tersebut, Barli mendiskusikan berbagai pemikiran seni rupa dan berdiskusi mengenai konsep mereka yaitu realisme. Bersama dengan kelompoknya, ia sering menelusuri jalan-jalan, pasar dan kampung di Bandung untuk menggali perasaan dan emosi secara langsung sehingga hasil karyanya menggambarkan objek secara realis dan impresionis. Sehingga pada masa itu, Kelompok Lima Bandung menjadi pendobrak aliran naturalis-romantis yang lebih banyak dianut oleh pelukis-pelukis sebelumnya. Ikatan kelompok ini terbukti tetap kuat walaupun tiap anggotanya berpisah dengan diadakannya pameran pada tanggal 28 November 1993 yaitu Kelompok Lima Bandung Berpameran bertempat di Museum Barli.

Gambar 3.2. Kelompok Lima Bandung

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

3.1.3. Lukisan Barli Sasmitawinata

Menurut Jim Supangkat, gaya realistik menjadi ciri khas lukisan Barli namun tidak hanya gaya ini saja yang dikembangkan, sebagai pelukis modern ia mengembangkan seni lukis akademis yang realistik ke berbagai gaya lain (1996, hlm. 59). Jim Supangkat kemudian mengkategorikan 4 lukisan realistik Barli dan perkembangannya, kategori ini sebagai berikut (hlm. 60-61):

1. Sketsa-sketsa studi

   Sketsa studi ini dalam pendidikan seni rupa yaitu studi gambar model dan studi anatomi. Sketsa-sketsa ini mencerminkan pandangannya tentang pendidikan dan pengenalan dasar seni lukis. Sketsa ini merupakan bagian dari proses melukisnya dan terkadang sebagai studi untuk menyiapkan bagan lukisan.

2. Lukisan realistik

   Lukisan ini dibuat secara cermat dan representatif atau sesuai dengan kenyataan, Barli menerapkan seni lukis realistik kebanyakan dalam melukis potret.

3. Gambar realistik

   Terdiri dari gambar hitam putih yang dibuat dengan *charcoal* (arang) dan gambar berwarna dengan teknik pastel. Gambar-gambar ini dilihat sebagai karya seni rupa karena mengandung ekspresi dan pandangan personal. Selain itu bersifat ekspresif dilihat dari garisnya dan menampilkan watak manusia yang digambarnya.

4. Lukisan ekspresif

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Lukisan ini dikerjakan menggunakan cat minyak, memiliki sapuan kuas yang menyerupai *charcoal*. Karena lukisan ini tampil ekspresif sehingga tidak sepenuhnya dapat dikatakan realistik atau representatif. Ekspresi emosional yang ditampilkan memberi kesan realitas kehidupan masyarakat sehingga menandakan Barli adalah seorang pelukis modern.

3.2. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam mengerjakan tugas akhir, diperlukan data-data untuk menjawab rumusan masalah. Penulis ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif, selain itu terdapat pula observasi dan studi eksisting.

Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2014, hlm. 11) dijelaskan sebagai metode yang tradisional dan ilmiah, objektif, terukur dan sistematis. Metode ini disebut juga sebagai metode konfirmatif karena digunakan sebagai pembuktian terhadap hipotesis berupa angka dan statistik. Penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel acak sebagai representasi suatu populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi di mana sampel tersebut diambil. Metode kualitatif digunakan pada objek yang bersifat alamiah yaitu manusia sehingga data yang didapatkan mengandung makna yang lebih dalam menurut Sugiyono (2014, hlm.12). Metode kualitatif memiliki karakteristik yaitu data didapatkan langsung dari sumber data dan hasilnya bersifat deskriptif berbentuk kata-kata dan gambar. Selain itu hasil yang didapatkan akan dianalisis secara induktif dengan lebih menekankan pada makna (hlm. 15-16).

3.2.1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014, hlm. 196) merupakan teknik pengumpulan data yang objeknya tidak hanya manusia tetapi objek-objek lainnya. Proses yang dilakukan yaitu berupa pengamatan dan ingatan, penelitian dilakukan pada manusia, proses kerja, fasilitas dan gejala lainnya. Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi nonpartisipan yaitu tidak terlibat langsung dengan orang-orang yang sedang diamati melainkan hanya sebagai pengamat independen. Penulis melakukan observasi di Museum Barli dan mengumpulkan data-data sebagai berikut:

1. Sejarah Museum

   Museum Barli berdiri pada tanggal 26 Oktober 1992 dan diresmikan oleh Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi yang sedang menjabat saat itu yaitu Susilo Sudarman. Keinginan untuk membangun sebuah museum memang muncul untuk menampilkan hasil karyanya dari masa ke masa. Di museum ini, masyarakat dapat menyaksikan perkembangan lukisan Barli dan ia berharap dapat menjadi inspirasi bagi para seniman generasi selanjutnya. Museum ini menjadi sarana untuk mengadakan pameran dan sarana apresiasi masyarakat Indonesia. Selain itu terdapat sarana pendidikan seni berupa sanggar/kursus melukis. Dengan hadirnya Museum Barli di kota Bandung menjadi salah satu sarana untuk pertumbuhan nilai dan arah perkembangan seni rupa. Museum seni rupa berperan sebagai sarana apresiasi karena disinilah terkumpul karya seni rupa pilihan dengan nilai estetik yang menjadi akar sejarah perjalanan seni rupa Indonesia.

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

2. Profil Museum

Gambar 3.3. Museum Barli
(kotakami.com)

Alamat	: Jl. Prof. Ir. Sutami No. 91, Sukasari, Sukarasa, Kota Bandung, Jawa Barat 40152
No. Telepon	: (022) 2011898
Hari Buka	: Senin - Sabtu
Jam Buka	: 09.00-17.00
Luas Tanah	: 640 m2
Luas Bangunan	: 1200 m2
Tiket Masuk	: Rp 15.000,00;

3. Visi dan Misi

Visi

Pusat kajian, penelitian, pendidikan non formal berbasis seni rupa dalam rangka mempertahankan nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai budaya Indonesia pada umumnya, Jawa Barat dan Bandung pada khususnya.

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Misi

Terus melakukan kegiatan secara simultan baik di tempat maupun jemput bola, sebagai wadah dalam membangun kreatifitas terutama pembentukan karakter yang beretika dikalangan generasi muda melalui konsep *edutainment* (belajar dengan cara yang menyenangkan) dan *enlightment* (merangsang daya pikir masyarakat untuk merangsang dan menemukan nilai-nilai kehidupan).

4. Bangunan Museum

Gedung museum ini terbagi menjadi 3 lantai yaitu lantai dasar diberi nama lantai Agung, digunakan untuk pendidikan, diskusi dan pagelaran seni. Kini terdapat pula kafe yang disebut Kopi Barli.

Lantai satu diberi nama lantai Nakisbandiah, dimanfaatkan untuk ruang pameran maupun tempat untuk kursus melukis. Bagian sayap disekeliling lantai satu diberi nama *Chandra's Gallery* dimanfaatkan untuk ruang pameran hasil karya Agung Wiwekaputra yaitu anak pertama dari Barli. Terdapat pula ruang koleksi mainan lama dari tahun 90an. Lantai dua diberi nama Atikah, dimanfaatkan untuk koleksi karya Barli Sasmitawinata dan koleksi khususnya.

5. Koleksi Museum

a. Lukisan Barli Sasmitawinata

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Koleksi lukisan Barli dari masa ke masa dan aliran seperti realis, impresionis, ekspresionis dan kubisme. Terdapat pula lukisan *portrait* beberapa tokoh Indonesia seperti lukisan Megawati Soekarnoputri.

b. Lukisan Agung Wiwekaputra

Anak dari Barli Sasmitawinata sama-sama menggeluti bidang seni dan memamerkan sebagian koleksinya di Museum Barli. Lukisan-lukisan yang ditampilkan banyak beraliran abstrak, impresonis dan lainnya.

c. Toy Museum

Koleksi berupa mainan, komik, *gameboy* dan barang-barang *vintage* tempo dulu.

6. Fasilitas Museum

a. Kursus menggambar dan melukis

Museum Barli memiliki kursus melukis dan komik bagi semua kalangan yang ingin belajar. Kelas dibuka setiap sore dan bertempatan di lantai 1.

b. Kursus keramik

Kursus keramik diperuntukkan bagi anak-anak dan juga dewasa dimana disini dapat mempelajari dasar-dasar dalam membuat berbagai bentuk dengan tanah liat.

c. Kafe Barli

Bertempatkan di lantai dasar, kafe Barli memiliki bagian *indoor* maupun *outdoor*. Suasana kafe yang *homey* dan sejuk dapat menjadi

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

tempat bagi pengunjung untuk menikmati suasana museum. Terdapat juga beberapa *easle* sebagai tempat melukis di lantai dasar.

7. Program Museum
   a. Kursus komik dan gambar
   b. Kursus keramik
   c. Program anak bumi
   d. Paket wisata

3.2.2. Wawancara

Wawancara menurut Creswell (2012) melalui Sugiyono (2014, hlm 188) adalah penelitian yang dilakukan dengan cara merekam jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur yaitu dimana peneliti bebas bertanya secara dinamis dan hanya mengikuti pedoman wawancara sebagai garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (hlm. 191).

3.2.2.1. Wawancara dengan Pengelola Museum Barli

Wawancara dilakukan bersama Adit Barli yang merupakan cucu dari Barli Sasmitawinata selaku Kepala Pengurus Museum Barli. Wawancara dilakukan pada tanggal 23 Februari 2018 bertempatan di Museum Barli.

Pada sesi wawancara, penulis menanyakan tentang latar belakang Museum Barli serta tujuan keberadaannya di masyarakat. Adit mengatakan bahwa pada awal mulanya Barli Sasmitawinata mendirikan sebuah museum untuk menampilkan hasil karyanya sekaligus membuka

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

sanggar seni untuk memberikan pendidikan seni seperti cara menggambar dan melukis karena latar belakang dari Barli Sasmitawinata itu sendiri sebagai seorang pendidik. Museum Barli yang masih menjadi museum privat sejak diresmikannya pada tahun 1992 kemudian pada tahun 2007 mulai dibuka untuk umum dimana hal ini ditandai dengan dibukanya kafe di lantai paling bawah museum serta sanggar tersebut berubah menjadi Barli Art School yaitu kursus untuk seni lukis juga seni keramik. Dibukanya museum ini untuk umum bertujuan untuk mengenalkan kembali seni pada masyarakat yang dimana saat ini banyak di masyarakat hanya mengenal seni secara teknik dan berfokus pada hasil akhirnya saja. Adit mengatakan seni merupakan sebuah perilaku yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, dari perilaku tersebut timbul dari pola pikir dan emosi seseorang. Nilai tersebutlah yang Museum Barli secara khusus ingin sampaikannya pada masyarakat.

Dalam menjalankan tujuan dari Museum Barli, museum ini memiliki program kursus seni lukis dan keramik selain itu museum Barli juga membuka diri untuk menggelar pameran seni dan membuat acara seminar tentang seni baik itu untuk anak-anak maupun orang dewasa. Di samping itu terdapat pula pojok koleksi mainan tempo dulu sebagai bagian dari seni.

Selanjutnya penulis bertanya mengenai upaya dari Museum Barli untuk meningkatkan pengunjung ke museum. Adit menjelaskan bahwa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pengunjung selain membuka

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

kursus seni dan program seni lainnya yaitu dengan membuka kafe di lantai dasar agar dapat menjadi ruang publik sambil menikmati karya seni yang ditampilkan sehingga dapat menarik minat masyarakat terutama generasi muda untuk berkunjung.

Selama berdiri Museum Barli sudah berupaya mempromosikan tempat tersebut agar semakin banyak pengunjung yang datang, upaya tersebut berupa membuat media sosial sebagai media promosi utama. Namun, Museum Barli menemui kendala dalam mempromosikan karena sulitnya membuat promosi agar masyarakat lebih tertarik terutama untuk lebih mengenali bidang seni. Ketika ditanya mengenai minat masyarakat terutama di daerah Bandung tentang seni, Adit menjawab bahwa masyarakat terutama penggiat seni itu sendiri masih belum memiliki minat untuk kembali melihat sejarah seni di Indonesia dan bagaimana perjalanan seorang seniman pada masanya. Padahal dengan mempelajari sejarah, kita dapat lebih memahami dan mengapresiasi seni sebagai hal yang penting. Karena masih kurangnya minat masyarakat tersebut Museum Barli masih menemui kendala dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas namun tetap berupaya agar dapat mengenalkan seni pada masyarakat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.4. Wawancara dengan Adit Barli

3.2.2.2. Wawancara dengan Kurator Galeri Nasional Indonesia

Wawancara dilakukan Bersama Bayu Genia selaku Kurator dari Galeri Nasional Indonesia pada tanggal 11 April 2018 yang bertempatan di kantor Galeri Nasional Indonesia, Jakarta Pusat.

Pada sesi wawancara penulis menanyakan mengenai sejarah dan perkembangan museum seni rupa di Indonesia. Ia mengatakan bahwa terdapat sekitar 25 museum seni rupa di Indonesia termasuk museum privat dan museum seni rupa lainnya yang terdapat di daerah-daerah. Perkembangan museum seni rupa dimulai pada tahun 1940an dengan dibuatnya suatu komite untuk mengumpulkan dan mengoleksi barang seni rupa nasional. Ia juga menjelaskan mengenai perbedaan museum seni rupa dan galeri dimana museum seni rupa memamerkan karya yang spesifik yaitu artefak karya seni rupa modern dan kontemporer pasca Raden Saleh. Museum seni rupa memiliki tujuan yang sama dengan museum lainnya

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

yaitu melestarikan, mengkonservasi hasil karya dari seniman Indonesia dan sebagai tempat edukasi sedangkan galeri didirikan dengan tujuan komersil yaitu memamerkan hasil karya seniman kemudian menjualnya namun terdapat juga galeri yang bertujuan untuk tidak hanya menjual karya tetapi mengedukasi, memperkenalkan seni atau sebagai sarana bagi eksperimental seni. Perkembangan museum di Indonesia ini ia katakan cukup terlambat karena undang-undang tentang museum baru dibuat pada 2015 sedangkan museum di Indonesia banyak yang sudah lama berdiri.

Kemudian penulis bertanya dalam minat masyarakat dalam mengapresiasi seni dan berkunjung ke museum, Bayu menjelaskan bahwa minat masyarakat sudah semakin meningkat dan museum telah menjadi salah satu pilihan alternatif hiburan masyarakat. Namun dalam mengenal seni itu sendiri masih terdapat di level permukaan dimana hanya sekedar mengetahui, bersifat rekresional dan menjadikannya tempat foto atau fenomena yang sekarang ini disebut *artselfie*. Berbeda dengan yang memang berkiprah di dunia seni sehingga museum menjadi sarana yang memang dibutuhkan bagi mereka.

Dalam mempromosikan sebuah museum ia mengatakan perlu melakukannya secara inklusif dengan cakupan yang luas tidak hanya bagi penikmat seni tetapi pada semua kalangan. Kemudian, media yang paling berpengaruh saat ini menurutnya adalah media sosial seperti Instagram kemudian *website* sebagai media persuasi dan pemberi informasi sedangkan untuk publikasi pada media cetak seperti *handbook* dibuat

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

sebagai panduan untuk mempelajari informasi mengenai museum dan koleksinya lebih lanjut.

3.2.2.3. Wawancara dengan Pengunjung, Anggota Kursus Seni, dan Orang Tua Murid

Penulis melakukan wawancara dengan pengunjung, anggota dari kursus seni di Museum Barli dan juga dengan orang tua murid. Wawancara ini dilakukan di Museum Barli pada tanggal 19 Mei 2018. Penulis melakukan wawancara seputar kegiatan yang mereka lakukan dan untuk mengetahui pandangan mereka terhadap Museum Barli.

Wawancara pertama dilakukan bersama Amanda yang berumur 24 tahun. Amanda merupakan salah satu murid kursus di Museum Barli. Sehari-hari ia bekerja di kantor lalu pada hari Sabtu ia melakukan kegiatan belajar seni di sini. Minatnya dalam menggambar direalisasikan dengan mengikuti kursus disini seminggu sekali. Ia tertarik belajar di Museum Barli selain karena tempatnya strategis dan dekat dari rumah, di sini ia juga merasa diajari teknik belajar dari dasar sehingga dapat memahami secara detail teknik menggambar dengan baik dan benar. Setelah mengikuti kegiatan belajar seni, ia mengatakan menjadi lebih berkembang dan mendapat pengetahuan menggambar yang baik sehingga kemampuannya pun semakin meningkat.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.5. Murid Kursus di Museum Barli

Selanjutnya wawancara dilakukan dengan Erick yang berumur 12 tahun. Ia merupakan salah satu murid yang mengikuti kursus di Museum Barli. Erick mengatakan ia memang menyukai menggambar dan sebelumnya hanya belajar melalui *youtube*. Namun setelah mengikuti kelas menggambar di Museum Barli, Erick mendapatkan pelajaran lebih mendetail dan ia juga mengatakan kemampuannya menjadi lebih baik, selain itu ia merasa senang dapat belajar di sini. Ke depannya ia berharap untuk menjadi seorang pelukis dan banyak mendapat inspirasi di museum.

Gambar 3.6. Murid Kursus di Museum Barli

Kemudian penulis melakukan wawancara singkat dengan orang tua yang mendaftarkan anak-anaknya kursus di Museum Barli. Ibu Wita mengatakan bahwa ia ingin anaknya melakukan kegiatan seni di luar rumah selain untuk bersosialisasi dan mendapat teman baru, tetapi juga untuk menambah keterampilan bagi kedua anaknya yang berumur 7 dan 12 tahun. Ibu Wita mengatakan bahwa anak masa kini banyak menghabiskan waktu dengan *gadget* oleh sebab itu perlu kegiatan yang lebih bermanfaat salah satunya dengan mengikuti kegiatan seni di Museum Barli. Di sini anaknya dapat melatih keterampilan menggambar, mengasah imajinasi dan perasaan yang dituangkan melalui gambar tersebut. Fasilitas seperti kafe yang terdapat di dalam museum juga sangat membantu dengan kegiatan dan dapat menarik pengunjung. Selain itu ia mengatakan mengagumi hasil karya lukisan dari Barli Sasmitawinata dan berharap agar dapat memberi inspirasi bagi generasi saat kini dan belajar menghargai betapa bagusnya hasil karya seorang seniman.

Gambar 3.7. Murid Kursus di Museum Barli

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

3.2.3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 193) kuesioner/angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis kepada responden. Metode ini cocok untuk digunakan jika jumlah responden cukup besar dan terdapat pada wilayah yang luas. Drewniany dan Jewler menjelaskan metode kuesioner merupakan metode penelitian utama yang paling umum untuk mendapatkan jawaban seperti mengenai sebuah produk, tingkat kesadaran dan perilaku konsumen. Poin pentingnya yaitu membuat bentuk survei yang pendek, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, memberi instruksi dengan jelas, menyusun pertanyaan dari yang paling mudah dan umum serta menghindari pertanyaan sensitif (2014, hlm. 50-51).

Dalam mencari sample penulis mengunakan rumus slovin dengan margin error 10% menghasilkan 100 sampel. Populasi Jabodetabek dan Bandung diambil berdasarkan data dari Kemendagri pada tahun 2015.

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

$$n = \frac{12.327.958}{1 + 12.327.958\ x\ 10\%^2}$$

n = 99,9991

n = 100

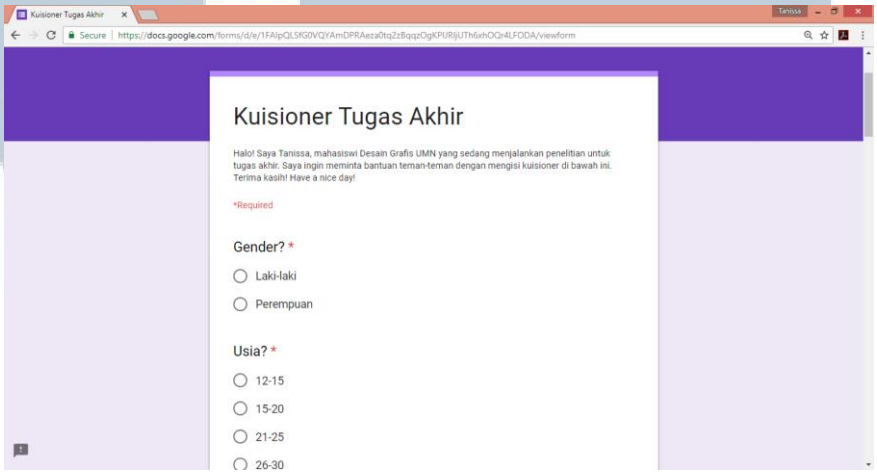
n = jumlah sampel

N = jumlah populasi Jabodetabek dan Bandung

α = margin error

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Penulis membagikan kuesioner kepada 137 orang responden yang berada di daerah Jabodetabek dan Bandung dengan batasan umur 12-30 tahun. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data mengenai tingkat *awareness* target audiens terhadap keberadaan Museum Barli. Berikut adalah hasil jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan.



Gambar 3.8. Tampilan Kuesioner

1. Hasil persentasi survey berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 3.1. Tabel Pertanyaan Kuesioner Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Laki-laki	36	26.3%
Perempuan	101	73,7%

2. Hasil persentasi survey berdasarkan usia.

Tabel 3.2. Pertanyaan Kuesioner Usia

Usia		
Jawaban	Jumlah	Persentase
12-15	30	66,4%
15-20	15	21,9%
21-25	91	10,9%
26-30	1	0,7%

3. Hasil persentasi survey berdasarkan domisili.

Tabel 3.3. Pertanyaan Kuesioner Domisili

Domisili		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Jabodetabek	82	59,9%
Bandung	55	40,1%

4. Hasil persentasi survey berdasarkan profesi.

Tabel 3.4. Pertanyaan Kuesioner Profesi

Profesi		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Pelajar	36	26,3%
Mahasiswa/i	96	70,1%
Karyawan	5	3,6%

5. Hasil persentasi survey berdasarkan pendapatan atau uang saku perbulan.

Tabel 3.5. Pertanyaan Kuesioner Pendapatan/Uang Saku

Pendapatan/uang saku		
Jawaban	Jumlah	Persentase
< Rp 3.000.000	103	75,2%
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	26	19%
> Rp 5.000.000	5	5,8%

6. Dari seniman di bawah ini manakah yang Anda ketahui?

   Berdasarkan jawaban responden, seniman seperti Affandi dan Basoeki Abdullah adalah seniman yang paling banyak dikenal, kemudian terdapat S. Sudjojono yang cukup dikenal responden. Kemudian seniman seperti Hendra Gunawan, Barli Sasmitawinata, Sudarso dan Wahdi yang tidak begitu dikenali dengan masing-masing dibawah 20%. Ada pula 6% dari responden yang tidak tahu sama sekali seniman diatas. Sedangkan sisanya menjawab seniman seperti Sunaryo, Nyoman Nuarta dan Ivan Sagita. Informasi ini menunjukkan bahwa seniman Barli tidak banyak diketahui di masyarakat remaja dibandingkan seniman popular lain.

Tabel 3.6. Pertanyaan Tentang Seniman

Dari seniman di bawah ini manakah yang Anda ketahui?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Affandi	95	69,3%
S. Sudjojono	33	24,1%

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Basoeki Abdullah	70	51,1%
Hendra Gunawan	24	17,5%
Barli Sasmitawinata	16	11,7%
Sudarso	20	14,6%
Wahdi	5	3,6%
Tidak tahu	15	10,9%
Lainnya	7	6%

7. Jika Anda berada di Bandung, tempat apa yang Anda kunjungi?

   Pertanyaan ini ditujukan untuk melihat tempat-tempat apa yang paling sering dikunjungi respondeng ketika di Bandung, 3/4 responden menjawab tempat kuliner, kemudian tempat wisata alam, belanja dan yang paling sedikit dikunjungi yaitu tempat-tempat yang berbau seni dan budaya.

Tabel 3.7. Pertanyaan Kuesioner Tempat yang Dikunjungi di Bandung

Jika Anda berada di Bandung, tempat apa yang Anda kunjungi?		
Wisata Budaya	23	16,8%
Wisata Alam	92	67,2%
Kuliner	117	85,4%
Belanja	69	50,4%
Galeri seni/art space	47	34,3%

8. Apakah Anda Mengetahui Museum Barli

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Untuk mengukur tingkat *awareness* masyarakat terhadap Museum Barli sebanyak 3/4 responden tidak mengetahui keberadaan museum ini sedangkan 1/4 sisanya menjawab ya dan mungkin pernah mengetahui. Data ini menunjukkan bahwa tingkat eksistensi Museum Barli yang masih rendah dan kurangnya *awareness* di masyarakat.

Tabel 3.8. Pertanyaan Tentang *Awareness* Terhadap Museum Barli

Apakah Anda mengetahui Museum Barli?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Ya	21	15,3%
Tidak	108	78,8%
Mungkin	8	5,8%

9. Aspek apa yang membuat Anda mengunjungi Museum?

Bagi 3/4 responden yaitu 70,1% aspek terpenting museum ialah koleksinya serta 35,8% menjawab aspek visual museum. 32,1% menjawab fasilitas dan sarana lalu 30,7% lainnya menjawab gedung. Beberapa responden juga menjawab untuk mencari inspirasi, mengerjakan tugas, diajak orang lain dan juga hanya sekedar melihat dan berfoto-foto. Antusiasme untuk melihat sebuah karya seni sudah cukup besar dilihat dari alasan di balik responden mengunjungi sebuah museum.

Tabel 3.9. Pertanyaan Tentang Aspek Dalam Mengunjungi Museum

Aspek apa yang membuat Anda mengunjungi Museum?		
Jawaban	Jumlah	Persentase

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Koleksi Museum	96	70,1%
Gedung	42	30,7%
Fasilitas dan Sarana	44	32,1%
Visual Museum	49	35,8%
Lainnya	10	7%

10. Apakah Anda tertarik untuk mengetahui seniman Indonesia dan karyanya?

    86,5% responden menyatakan tertarik untuk mengetahui seniman Indonesia beserta karyanya sedangkan 13,5% lainnya tidak tertarik. Hal ini menunjukan bahwa responden memiliki ketertarikan terhadap seniman Indonesia dan ada kemauan untuk memperluas wawasannya.

Tabel 3.10. Pertanyaan Kuesioner Tentang Ketertarikan

Apakah Anda tertarik untuk mengetahui seniman Indonesia dan karyanya?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Ya	119	86,5%
Tidak	18	13,5%

11. Apakah Anda tertarik mengunjungi Museum Barli?

    63,7% responden menyatakan tertarik mengunjungi Museum Barli, sedangkan 30,4% mungkin akan mengunjungi sedangkan 5,9% lainnya tidak tertarik.

Tabel 3.11. Pertanyaan Kuesioner Tentang Ketertarikan

Apakah Anda tertarik mengunjungi Museum Barli?

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Jawaban	Jumlah	Persentase
Ya	85	63,9%
Tidak	8	6%
Mungkin	40	30,1%

12. Apa alasan Anda ingin mengunjungi Museum Barli?

Sebagian besar responden yaitu hampir 3/4nya menjawab ingin melihat karya seni dari Barli. Lalu diikuti dengan berfoto-foto dan mengunjungi kafe, hal tersebut menjadi salah satu bukti *art-selfie* atau foto-foto di museum menjadi tren dikalangan anak muda. Lalu sedikit dari responden yang ingin terlibat dalam aktivitas seni di museum dan sisanya menjawab tertarik karena bentuk gedung dan untuk urusan tugas sekolah.

Tabel 3.12. Pertanyaan Kuesioner Tentang Alasan Mengunjungi Museum Barli

Apa alasan Anda ingin mengunjungi Museum Barli?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Melihat karya seni	94	70,7%
Foto-foto	63	47,4%
Mengunjungi kafe	57	42,9%
Mengikuti kegiatan seni	26	19,5%
Lainnya	6	4,8%

13. Menurut Anda media promosi apa yang efektif untuk Museum Barli?

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

Responden sebanyak 97,1% berpendapat media digital menjadi promosi paling efektif untuk museum ini, 38,2% lainnya menjawab media cetak kemudian 32,4% menjawab media elektronik sedangkan sisanya 29,4% menjawab media luar ruang. Hal ini menunjukkan hampir seluruh responden berpendapat media digital seperti *website*, sosial media menjadi media yang paling efektif karena pemakaiannya hampir di setiap kalangan generasi muda.

Tabel 3.13. Pertanyaan Kuesioner Media Promosi

Menurut Anda media promosi apa yang efektif untuk Museum Barli?		
Jawaban	Jumlah	Persentase
Media digital	124	93,2%
Media cetak	49	36,8%
Media elektronik	37	27,8%
Media luar ruang	40	30,1%
Lainnya	1	0,8%

3.3. Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan iklan menurut Moriarty (2015, hlm. 38) yaitu:

1. Strategi: dilakukan dengan mengumpulkan data-data mengenai suatu produk, keunggulan, *positioning* dan menetapkan tujuan. Strategi dapat berupa *creative brief*.
2. Pesan: berbentuk informasi dari hasil observasi dan penelitian menjadi sebuah konsep dan ide untuk perancangan visual.

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

3. Media: penentuan media sebagai penghubung agar pesan sampai pada target audiens dengan efektif dan efisien.
4. Evaluasi: dilakukan sebelum iklan tersebut dimunculkan di media untuk mengukur efektif atau tidaknya strategi iklan tersebut.

3.4. Studi Eksisting

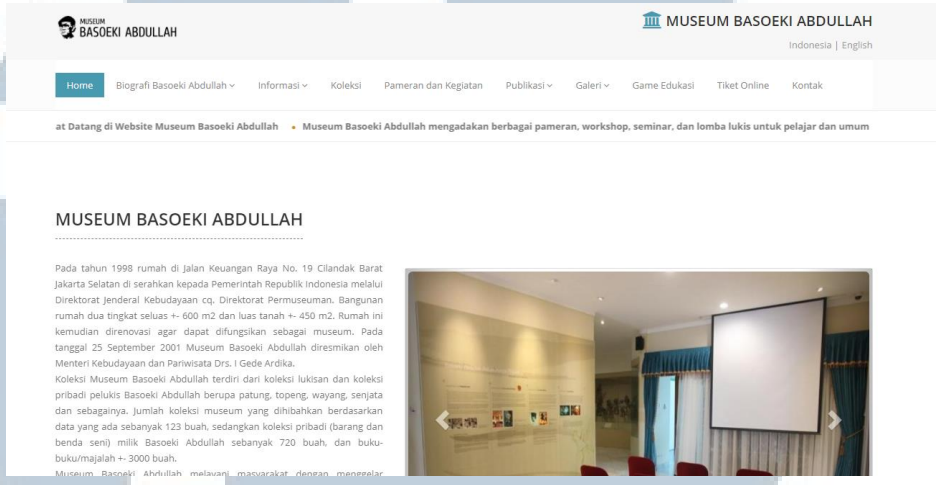
Untuk mendukung proses perancangan ini, penulis melakukan pengamatan pada museum seni di Indonesia yang telah memiliki media promosi dan publikasi yang memadai dan menjadi museum yang dikenal oleh masyarakat luas. Museum di bawah ini menjadi acuan bagaimana penerapan media promosi dan publikasi dalam meningkatkan *awareness* masyarakat.

1. Museum Basoeki Abdullah

   Museum ini diresmikan oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata pada tanggal 25 September 2001. Koleksi yang terdapat pada museum ini terdiri dari koleksi lukisan dan koleksi benda pribadi dari pelukis Basoeki Abdullah seperti patung, topeng, wayang dan senjata. Museum ini menjadi sarana dan fasilitas untuk melayani masyarakat dengan menggelar pameran, seminar, penelitian dan *workshop* dan juga menerbitkan berbagai macam publikasi. Museum ini melakukan sebagian besar promosi dan publikasi melalui *website* resmi yang digunakan untuk memberi informasi mengenai sejarah seniman dan juga fasilitas museum. Melalui kunjungan ke *website*, pengunjung dapat mengetahui informasi lebih dahulu seperti informasi

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

koleksi, sejarah kehidupan dan program yang sedang dilakukan serta memesan tiket masuk secara *online*.



Gambar 3.9. Halaman *Website* Museum Basoeki Abdullah (http://museumbasoekiabdullah.or.id/)

2. Museum MACAN

Museum seni ini merupakan institusi memberi akses publik terhadap berbagai seni modern dan kontemporer. Terdapat berbagai program aktif termasuk ruang pendidikan dan konservasi. Museum MACAN didirikan untuk mendukung pendidikan, pertukaran budaya dan menjadi platform bagi seniman lokal/internasional untuk mempresentasikan karyanya pada masyarakat. Selain itu memberi kesempatan bagi para seniman, kurator, profesional untuk membangun seni di Indonesia. Museum MACAN memiliki media promosi dan publikasi yang lebih terintegrasi seperti *website*, sosial media, media cetak yaitu brosur, *flyer* dan katalog yang memberikan informasi lengkap seputar museum.

Gambar 3.10. Poster di Museum Macan

(http://aureliasiska.blogspot.co.id)

Brosur dan katalog yang dimiliki oleh museum ini memberi informasi tentang koleksi museum dan program yang sedang atau akan dilaksakan. Selain itu terdapat pula poster yang mendukung pesan dan informasi yang disampaikan.

Gambar 3.11. Katalog Museum Macan

(Facebook Museum Macan)

3.5. Analisa S.W.O.T

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui potensi, daya tarik, kelebihan maupun kekurangan yang terdapat pada Museum Barli.

1. *Strength*
   a. Museum Barli terletak di pusat kota sehingga mudah diakses melalui kendaraan pribadi maupun umum.
   b. Mengandung nilai sejarah yang menampilkan karya seniman Barli dari masa ke masa sebagai bukti sejarah seni rupa di Indonesia.
   c. Terdapat *Toy Museum*, koleksi mainan dan komik tempo dulu sehingga menjadi keunikan sendiri bagi Museum Barli.
   d. Terdapat kursus seni yang ditujukan untuk berbagai kalangan.
2. *Weakness*
   a. Gedung yang sudah tua terutama pada ruang pameran
   b. Belum ada promosi cetak yang memadai seperti brosur, *flyer*, dan *banner*.
   c. Promosi yang kurang sehingga pengetahuan masyarakat akan museum ini masih minim.
3. O*pportunity*
   a. Terdapat kafe di lantai dasar untuk menarik anak muda datang berkunjung.
   b. Kesan klasik pada museum yang memiliki nuansa 90an dan atmosfer yang lebih kekeluargaan.
4. *Threat*
   a. Banyaknya tempat wisata lain maupun kafe dan *art space* yang lebih modern di Bandung

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA